

MEDIASET *españa.*



Madrid, 1 de marzo 2018

## AUDIENCIAS FEBRERO

**MEDIASET ESPAÑA (27,6%), GRUPO AUDIOVISUAL LÍDER DEL MES**

**Telecinco lidera febrero con un 12,890% de share frente a Antena 3 (12,859%) y amplía la distancia de su victoria en *prime time* (13,4% vs. 13,0%)**

**Acumula 13 meses de liderazgo consecutivo**

**Crece 5 décimas respecto a enero y es líder del *prime time* (13,4%), la mañana (13,1%), la tarde (14,4%) y el *late night* (14,3%)**

- Es la opción preferida en Asturias (19,3%), Murcia (15,4%), Euskadi (14,5%), Madrid (14,0%), Canarias (13,8%) y Galicia (12,8%).
- Sitúa 6 emisiones entre las más vistas del mes entre todas las televisiones, que amplía a 9 emisiones entre las cadenas comerciales: los **partidos de ida y vuelta de semifinales de la Copa del Rey** entre el Valencia y el F.C. Barcelona (23,1%-4.719.000 en el encuentro de vuelta y 20,5% y 4.084.000 en el de ida), **'Cine 5 Estrellas: Marte'** (22,5% y 3.732.000), dos emisiones de **'La Voz Kids Express'** (15,5%-3.118.000 y 14,9%-3.032.000), **'La Voz Kids: Audiciones a ciegas'** (24,4% y 3.091.000) y tres emisiones de **Informativos Telecinco 21:00h** (16,9%-3.162.000, 16,6%-3.085.000 y 16,5%-3.067.000).

## **INFORMATIVOS TELECINCO 21:00h (L-V) (16% Y 2.828.000), REFERENCIA INFORMATIVA ENTRE TODAS LAS TELEVISIONES**

- Presentado por Pedro Piqueras, Informativos Telecinco 21:00h de lunes a viernes supera en 4,4 puntos a Antena 3 Noticias 2 (11,6% y 2.023.000), que se sitúa en tercera posición después de Telediario 2 de TVE I (13,5% y 2.477.000).
- En sus principales ediciones de lunes a domingo, Informativos Telecinco (13,8% y 2.164.000) se impone en 0,2 puntos a Antena 3 Noticias (13,6% y 2.085.000).
- La edición de noche de lunes a domingo (14,7% y 2.570.000) también lidera de forma absoluta entre todas las cadenas, imponiéndose a su competidor en 3 puntos (11,6% y 2.009.000), una vez más superado por Telediario 2 de TVEI (13,4% y 2.451.000).
- De lunes a viernes, las ediciones de sobremesa y noche de Informativos Telecinco (14,7% y 2.320.000) se vuelven a imponer a Antena 3 Noticias (14% y 2.153.000).
- Informativos Telecinco 15:00h Fin de Semana anota en conjunto un 12,3% de cuota y 1.663.000 espectadores, su mejor registro en espectadores desde noviembre de 2008.
- La edición de *prime time* de sábados y domingos marca un 12% de *share* y 2.049.000 espectadores, situándose por encima de Antena 3 Noticias 2 Fin de Semana (11,7% y 1.982.000).
- Informativos Telecinco Fin de Semana promedia un 12,1% de *share* y 1.858.000 espectadores, mejorando los registros respecto a febrero del año pasado.

## **ESPACIOS DE PRIME TIME**

- **‘La Voz Kids’** (23,9% y 2.979.000), líder absoluto de su franja, ha triplicado a Antena 3 (7,5% y 932.000) en febrero. Es la primera opción en todos los *targets* destacando en niños de 4 a 12 años (38,4%) y jóvenes de 13 a 24 años (32,6%). El *talent show* se convirtió el lunes 19 de febrero en el mejor arranque de entretenimiento de la temporada con una cuota del 24,4% y 3.091.000 espectadores.
- **‘Got Talent’** (17,6% y 2.297.000), primera opción en su franja de emisión entre todas las cadenas, a 3,2 puntos de su competidor (14,4% y 1.869.000), con el liderazgo de todos los *targets* sociodemográficos, excepto en 55-64 años. Destaca en jóvenes 13-24 años con un 22,1%.
- **‘Sábado Deluxe’** (13,9% y 1.701.000), líder de su banda horaria, se sitúa 4 puntos por encima de su principal competidor (9,9% y 1.220.000). Es también la primera opción en *target* comercial (11,4%).
- **‘El accidente’** (15,9% y 2.683.000) crece respecto a enero, anotando un 16,7% en *target* comercial. El último capítulo marcó un 17,5% de *share* y 2.913.000 espectadores, su segundo mejor dato de la temporada.

- **'Volverte a ver'** (11,9% y 1.107.000) también supera en su franja a Antena 3 (11,8% y 1.098.000).

### ESPACIOS DE DAY TIME

- **'El programa de Ana Rosa'** anota un 16,5% de *share* y 645.000 espectadores, su mes más visto en número de espectadores desde febrero de 2015. Aventaja en 1,5 puntos a 'Espejo Público' (15% y 517.000) y crece hasta el 18% de cuota en *target* comercial. **En la franja coincidente** de ambos (9:00-13:25), Telecinco marca un 17,5% y 628.000 espectadores y Antena 3 un 15,2% y 543.000 espectadores. **La ventaja se incrementa a +2,3 puntos, a favor de Telecinco.**
- **'Cámbiame'** (9,2% y 1.013.000) anota un 11,2% en *target* comercial, liderando entre jóvenes de 13 a 24 años (11,4%).
- **'Sálvame diario'** ha vuelto a anotar la victoria en su horario de emisión con la suma de sus ediciones 'Limón' y 'Naranja' (14,9% y 1.796.000). Ha superado en su franja en 1,8 puntos a su competidor (13,1% y 1.575.000) y ha liderado entre todos los *targets*.
- **'Pasapalabra'** (15,8% y 2.363.000) alcanza su mejor mes desde enero de 2017 y se ha mantenido imbatible en su banda horaria a 1,4 puntos de Antena 3 (14,4% y 2.152.000).
- **'Socialite by Cazamariposas'** (9,9% y 976.000) alcanza su récord histórico tanto en cuota como en número de espectadores.
- **'Viva la vida'** logra un 11,6% de *share*, batiendo su récord histórico de espectadores con 1.647.000.

## **Cuatro (5,9%), líder sobre La Sexta en *target* comercial (7,2% vs 6,9%) por tercer mes consecutivo**

- Se sitúa como la **tercera cadena privada de ámbito nacional en *target* comercial** (7,2%) y es de nuevo la televisión que más crece en este *target* (+1,3 puntos) respecto a total individuos.
- En *prime time* anota un 6,7% de *share*, 0,5 puntos más que en febrero de 2017. En *day time* marca un 5,6%, en *late night*, un 6,9%, 1,1 puntos más que su inmediato competidor (5,8%) y en la mañana (6,6%), 4 décimas por delante de La Sexta (6,2%).
- Cuatro **mantiene su liderazgo habitual sobre La Sexta en público menor de 55 años (7,1% vs. 6,0%)** con la mayor distancia en jóvenes de 13 a 24 años, donde anota 3,5 puntos de distancia (7,6% vs 4,1%).

- En el *target core* de la cadena (espectadores de 16 a 54 años), Cuatro lidera frente a La Sexta todas las principales franjas en total día (7,4% vs 6,5%), *prime time* (8,9% vs 6,8%), *day time* (6,6% vs 6,3%) y *late night* (8,2% vs 5,9%).

## ESPACIOS INFORMATIVOS

- **La edición de Noticias Cuatro Fin de semana** con Marta Reyero y Roberto Arce marca un destacado 10,3% y 1.001.000 seguidores en su edición de mediodía y un 5,9% de cuota y 883.000 espectadores en su edición de tarde. La media de ambos informativos suma un 7,6% y 941.000 espectadores, 0,4 puntos más que en febrero de 2017
- **Noticias Cuatro I** con Carme Chaparro anota una media de 9,6% y 1.059.000 espectadores.
- **Noticias Cuatro Deportes y Deportes Cuatro** (6,0% y 810.000) supera un mes más a La Sexta (4,2% y 573.000). Aumenta 2 puntos hasta alcanzar un 7,9% en *target* comercial y hasta el 10,8% en jóvenes de 13 a 24 años.
- **‘Las Mañanas de Cuatro’** ha alcanzado un 9,9% de *share* y 654.000 espectadores. En jóvenes 25-34 años crece este mes medio punto, llegando al 6,5%.

## ESPACIOS DE PRODUCCIÓN PROPIA

- **‘Ven a cenar conmigo’** (5,9% y 974.000) vuelve a crecer un mes más y anota su récord mensual de espectadores. Se sitúa por encima de La Sexta en total individuos, *target* comercial (8,6% vs. 6,4%) y menores de 55 años (8,7% vs. 5,5%), con especial relevancia en público de 25-34 años, promediando un 10,4% frente al 5,2% de su competidor.
- **‘Ven a cenar conmigo. Gourmet Edition’** (8,1% y 1.364.000) se impone en 2,8 puntos a La Sexta (5,3% y 900.000). Crece hasta el 9,4% en *target* comercial frente al 6,6% de La Sexta, a la que se impone en todos los *targets*.
- **‘Mujeres y hombres y viceversa’** (3,7% y 489.000) es la primera opción de su franja entre los jóvenes de 13-24 años con un 11,4%. Supera a La Sexta entre los menores de 34 años (7,8% vs. 6,2%).
- **‘First Dates’ (L-J)**, con un 7,5% de *share* y 1.486.000 espectadores, supera en *target* comercial a La Sexta (9,3% vs. 8,4%) y en menores de 54 años (9,2% vs. 7,0%), destacando en público de 25 a 34 años (10,9% vs 7,1%) y espectadores de 35 a 54 años (9,2% vs 7,8%).
- **‘First Dates’** en su edición de los viernes (7,3% y 1.252.000) supera en su franja a La Sexta (6,9% y 1.188.000). Se impone igualmente a su principal competidor en *target* comercial (9,8% vs. 7,6%) y entre los menores de 55 años, anotando sus

mejores datos entre los jóvenes de 13-24 años (10,4% vs. 3,4%) y los espectadores de 25-34 años (10,7% vs. 7,3%).

- **‘En el punto de mira’** (7,8% y 1.247.000) supera en 1,8 puntos a su inmediato competidor (6% y 971.000). Crece hasta el 9,6% en *target* comercial, aventajando de nuevo a La Sexta (7%), a la que supera en todos los grupos, con especial incidencia entre los espectadores de 25-34 años, con un 10,3% de *share* frente al 6,7% de su competencia.
- **‘Los reyes del barrio’** (4,6% y 668.000) obtiene su mejor resultado entre el público de 25-34 años con un 10% frente al 4,6% de La Sexta. Supera a La Sexta en menores de 55 años (6,5% vs. 6%).
- **‘Chester’** (7,5% y 1.501.000) cierra su temporada con una media del 8,1% de *share* y 1.590.000, el segundo mejor registro en la historia del formato.
- **‘Cuarto Milenio’** (9,4% y 1.006.000) revalida su liderazgo anotando el segundo mes más competitivo de la temporada. Se distancia 2,4 puntos respecto a su rival (7% y 751.000). El espacio crece 1,6 puntos respecto al mes anterior, supera a La Sexta en *target* comercial (11,3% vs. 5,9%) y en los grupos de edad menores de 64 años, con especial incidencia entre los espectadores de 25-34 años (11,4% vs. 5,6%) y los de 35-54 años (11,4% vs. 5,5%).

## CINE Y FICCIÓN INTERNACIONAL

- **‘Mentes criminales’** (6% y 1.103.000) crece 2,6 puntos hasta el 8,6% en *target* comercial, frente al 5,7% de su competidor.
- **‘El Blockbuster’** (8,3% y 1.341.000) supera en 1,4 puntos a su principal competidor (6,9% y 1.106.000).
- **‘Cine Cuatro’** (6,5% y 1.019.000) supera a La Sexta (5,4% y 853.000 espectadores y en *target* comercial (7,6% vs. 6,3%).
- **‘Home Cinema 1’** (6,9% y 961.000 espectadores) se impone a La Sexta (5,5% y 768.000 espectadores) y en *target* comercial (9,0% vs. 6,2%), con sus mejores datos en espectadores de 13-24 años (8,0% vs. 5,1%), público de 25-34 años (8,7% vs. 5,4%) y 35 a 54 años (8,8% vs. 6,6%).
- **‘Home cinema 2’** (6% y 805.000) frente al 3,5% y 467.000 espectadores de La Sexta. También supera a su competidor en *target* comercial (7,6% vs. 3,7%) y su mejor dato lo consigue en público de 35-54 años (8% vs. 3,8%).

## Los canales temáticos de Mediaset España anotan un 8,7% de *share*, aventajando en 1 punto a los de Atresmedia (7,7%)

- **Factoría de Ficción** (3,1%), líder temático de la televisión, encadena 71 meses de liderazgo consecutivo y suma una décima respecto a febrero de 2017. Es el tercer canal más visto por los jóvenes de 13 a 24 años (8,6%), *target* en el que supera en 3 puntos a Neox (5,6%). Gana también a su principal competidor en total individuos (2,5%) y en *target* comercial (3,9% vs. 3,5%). La comedia 'La que se avecina' (4,4% y 806.000 espectadores) ha sido su emisión más vista.
- **Divinity** (2,2%) se impone por 45º mes a Nova en *target* comercial (2,7% vs. 2,2%) en mujeres de 16 a 44 años (3,2% vs. 3%), *core target* del canal. 'Cazamariposas' (2,6% y 532.000), espacio de producción propia conducido por Nuria Marín y Nando Escribano, encabeza el ranking de emisiones más vistas del mes.
- **Energy** (1,7%) se impone a Mega (1,6%) por vigésimo mes consecutivo y eleva su media nacional en el *target* comercial hasta el 1,9% de *share*. En su *core target* (hombres de 25 a 54 años) marca un 1,7%. La serie de investigación policial 'Hawai 5.0' (2,3% y 479.000) ha sido la emisión más seguida de febrero.
- **Boing** (1,2%) es el canal infantil líder de la televisión comercial con un 10,7% de *share* en niños de 4 a 12 años, casi 1 punto por delante de Disney Channel (9,9%), canal al que bate por 38º mes consecutivo. La serie de animación 'El asombroso mundo de Gumball' (2% y 376.000 espectadores) ha sido el espacio con mayor audiencia.
- **Be Mad** (0,6%) crece 1 décima respecto a febrero de 2017 y supera en total individuos a los canales Ten (0,3%) y Real Madrid HD (0,3%). Incrementa su media nacional en el *target* comercial (0,9%) y en su *core target*, hombres de 16 a 44 años (1,1%), segmentos en los que también gana a Ten (0,4% y 0,3%) y a Real Madrid HD (0,2% y 0,3%). El concurso 'Ven a cenar conmigo' (1,8% y 275.000) ha coronado el ranking de espacios más vistos del mes en Be Mad. El pasado domingo 25 de febrero marcó su máximo histórico (1,4%).

## MEDIASET ESPAÑA (27,6%), GRUPO AUDIOVISUAL LÍDER DE FEBRERO

- Supera en medio punto a Atresmedia (27,1%), a quien también aventaja en *target* comercial (29,6% vs. 28,8%).
- Bate a su competidor en *prime time* (28,1% vs. 27,4%) y en *day time* (27,3% vs. 27,0%).

- Es también el grupo audiovisual que más público joven atrae: un 34,3% de *share* en jóvenes de 13 a 24 años y un 30,7% en los espectadores de 25 a 34 años frente al 26,2% y 29,6% respectivamente, de Atresmedia.